

## Убрать градус

Тренд на здоровый образ жизни в наше время ставит под угрозу ликероводочный и пивной бизнес. Рост продаж уже совсем не тот, что был пару десятилетий назад. Молодое поколение отказывается от рюмки и бокала за ужином или по праздникам. Однако, как и в случае с табачными изделиями (когда вместо обычной сигареты появились модные вейпы), производители спиртного уже готовы предложить потребителю заманчивую альтернативу. Например, алкогольные напитки без градусов, мармелад с пьянящим ароматом виски и джина. В чем подвох?

### Пенные перспективы

Еще каких-нибудь десять лет назад только и разговоров было, что о крафтовом пиве. Мир охватила мода на все, что создается руками в небольших масштабах, и частные пивоварни стали расти как грибы. Но поколение сменилось, и нынешняя молодежь, рожденная на рубеже XX и XXI веков, выделяется среди предшественников поразительным интересом к здоровому образу жизни. Поэтому в угоду им пивная индустрия стремительно осваивает новую сферу — безалкогольную.

Наши пивоваренные компании в тренде — практически у каждой в линейке есть фирменная «нулевочка». В чем особенность?

— Современное безалкогольное пиво можно получить двумя способами. Первый — не дать напитку в процессе брожения накопить спирт. Сделать это можно за счет применения особой расы дрожжей, которая сбрасывает только определенные сахара, или путем резкого снижения температуры в момент приготовления. Второй вариант — удалять алкоголь из готового напитка. Для этого требуется дорогостоящее оборудование, зато по вкусу такое пиво от традиционного отличить практически невозможно, — рассказывает кандидат технических наук, доцент кафедры технологии пищевых производств Могилевского государственного университета продовольствия Юлия Назарова.

В Беларуси безалкогольным пивом может считаться лишь то, которое содержит 0,5 % алкоголя или менее. Это на самом деле очень мало. Такое же количество может быть в переспелых фруктах, кефире или комбуче. Даже в квасе по Госстандарту допускается его содержание до 1—2 %.

Что касается состава, то существенной разницы между алкогольным и безалкогольным пивом нет. Это солод, вода, хмель и пивоваренные дрожжи.

— Разница может быть в плотности сусла. Например, в обычном «Жигулевском» она достигает 11 %, а для «нулевого» — 4—6 %. Кроме того, отличаться безалкогольное пиво может более низкой дозировкой дрожжевой культуры. Хотя основную роль в приготовлении такого напитка играет технолог. Его задача — вовремя остановить процесс, чтобы дрожжи не продолжили активную работу, — посвящает в нюансы Юлия Назарова. — Но в целом пиво все равно остается пивом.

Так что идея о том, что безалкогольное пиво может стать полезной альтернативой другим напиткам, которая активно продвигается производителями, — миф. Помимо убранного из состава спирта, остальные компоненты, как правило, неизменны. Они при чрезмерном употреблении могут доставить немало хлопот. Так, в 100 миллилитрах безалкогольного пива может содержаться 30—40 килокалорий. Это чуть меньше, чем в обычной сладкой газировке. Тем, кто придерживается здорового питания или сидит на диете, оно точно не подойдет.

Кроме того, врачи предупреждают: не стоит пить пиво — с алкоголем или без — при некоторых заболеваниях. Например, тем, у кого подагра, так как оно содержит много пуринов, что стимулирует отложение в организме солей мочевой кислоты. Или

при непереносимости глютена и других злаковых белков, которые все равно присутствуют в составе.

Маркетинговое агентство с мировым именем Mintel еще в начале 2010-х заметило: интерес к безалкогольному пиву быстро растет по всей Европе. Исследователи связали этот факт со спросом пожилых людей, мусульман, женщин, а также тех, кто хочет вести здоровый образ жизни, но не отказывается от старых привычек. По результатам работы маркетологов, раньше к безалкогольному пиву относились, как правило, пренебрежительно из-за его якобы неизбежно обедненного вкуса. Однако теперь практически нет вкусовой и ароматной разницы между напитком с градусом и без него.

Интересно, что самые быстрые темпы роста продаж безалкогольного пива в Европе в последнее десятилетие наблюдались в Испании и Германии. А последняя, между прочим, — пивная столица мира.

Еще один любопытный факт от маркетологов Mintel: именно более молодые потребители всегда были самыми большими любителями пива среди всех категорий напитков с содержанием алкоголя.

Теперь эта группа все чаще выбирает слабо- и безалкогольные бренды: 37 % французов 18—24 лет и 31 % немцев этого возраста соглашаются, что пиво с низким или нулевым содержанием алкоголя на вкус не отличается от стандартного (4—6 % алкоголя), и с удовольствием его покупают.

— Объем белорусского производства пива в последние пять лет остается практически неизменным, а до этого довольно активно шел его рост. Разве что с каждым годом увеличивается количество небольших частных пивоварен, но это точечное производство. В целом сейчас мы наблюдаем стабильность. Хотя это не значит, что мировой тренд на безалкогольное пиво обошел нас стороной. Может быть, он у нас еще впереди, — отмечает главный специалист отдела технологий алкогольной и безалкогольной продукции НПЦ по продовольствию Национальной академии наук Виталий Соловьев.

Что касается безалкогольного вина, которое тоже можно отыскать на отечественном рынке, то из него градусы извлекают только на финальном этапе.

— Винодельческие процессы сложнее пивоварения, — говорит Юлия Назарова. — Однако по сути это такое же вино, но без алкоголя.

### Сладкий обман

На полках магазинов между пивом и газировкой давно обосновались бутылочки с яркими этикетками, разноцветными жидкостями и звучными названиями на английском. С виду вроде обычный лимонад, а внимательно изучишь этикетку на обороте — настоящий алкогольный коктейль вроде тех, что по ночам подают в барах и клуббах. Увивается рядом с подобной продукцией обычно молодежь: студенты и молодые офисные работники охотно берут сразу по несколько бутылок.

— Сколько там того алкоголя? Пьешь, как колу. Главное — никаких неприятных пивных или винных запахов, — рассуждает 19-летний Артем, которого случайно застала за выбором коктейля в торговом зале супермаркета.

Парень останавливается напротив стеклянных бутылок с жидкостью неестественно ярких цветов и кладет в корзину три штуки. Именно их я видела на Youtube этим летом, когда короткие рекламные ролики прерывали просмотр каждые 15 минут.

По законодательству у нас запрещена реклама пива (в том числе и безалкогольного) и слабоалкогольных напитков на радио и телевидении с 7:00 до  
Анна Курак. Убрать градус

22:00. Нельзя рекламировать такую продукцию на средствах наружной рекламы, в транспорте и других общественных местах. Проводить рекламные игры и акции тоже строго запрещено. Однако в наши дни, когда человек львиную долю свободного времени проводит в интернете, производители научились косвенно или прямо проталкивать свои товары там.

Вот и выходит, что формально эту самую рекламу я как житель Беларуси видеть не должна была. Возможно, она предназначалась для российской или украинской аудитории (где законы в отношении продвижения слабоалкогольной продукции и пива не такие строгие). Но факт остается фактом — яркие бутылочки то и дело выскакивали на экран под ритмичную музыку. Не запомнить их было просто невозможно.

— Слабоалкогольные напитки появились на нашем рынке 15—20 лет назад. Сначала это был импортный продукт. В основном джин-тоники не самого лучшего качества в пластиковых бутылках. Теперь линейка слабоалкогольных напитков выросла в десятки раз. Изменилось качество и состав, наши заводы начали производить отечественный продукт, подстраиваясь под запросы современного общества, — делится Виталий Соловьев. — Причем есть напитки, производство которых схоже с пивным, — алкоголь в них получается в процессе сбраживания сусла. Это традиционные сбитень или медовуха. А есть коктейли: их получают путем купажирования разных ингредиентов. По сути, для их приготовления используют спирт, который идет в обычную водку, только его количество меньше. Но, конечно, это никакой не лимонад. Хотя сахара в подобных напитках бывает ровно столько же или даже больше, чем в обычной газировке.

Доктор не пропишет

29-летний Вадим Гельвей из Гродно стал обращать внимание на безалкогольное пиво, когда понял, что обычного в его жизни стало чересчур много:

— В результате моего месячного отказа от «градусов» в пользу «нулевочки» пришел к выводу, что она подавляет желание выпивать по-серьезному. Кажется, мне удастся обмануть организм: как только я ощущаю вкус безалкогольного пива, то мозг начинает думать, что оно алкогольное. Через час создается впечатление, что мне «хорошо». Хотя в итоге полностью отказаться от алкоголя я так и не смог.

Эксперты ставят под сомнение такой способ избавиться от вредной привычки. Дело в том, что запах и вкус безалкогольного пива могут стать своеобразным триггером, который лишь усугубит желание выпить обычный алкоголь. Поэтому, если решили отказаться, то уж лучше выбирать то, что по форме, запаху или цвету никаких дразнящих ассоциаций не вызовет.

— Если человек имеет реальную алкогольную зависимость, то с помощью безалкогольного пива выбраться из нее точно не получится. Нужна профессиональная помощь, — говорит доцент кафедры психиатрии и наркологии Белорусской медицинской академии последипломного образования Олег Айзберг.

А вот слабоалкогольные напитки — купажированные коктейли или на основе брожения — могут ее развить при чрезмерном употреблении. Спирт есть спирт, вне зависимости от концентрации.

— Часто слышу фразу, что регулярные малые дозы вина благотворно влияют на организм. Мол, бокал за ужином — это нормально. Но никаких доказательств у этих слов нет, — подчеркивает Олег Айзберг.

Тем не менее на конференциях в медицинской среде нередко заходят разговоры о стратегиях перехода с крепких алкогольных напитков на слабоалкогольные на уровне государств, и это могло бы быть эффективной мерой в искоренении алкоголизма.

В 1980-х годах даже ВОЗ призывала правительства стран переориентироваться с крепких на слабоалкогольные напитки (в частности, на вино и пиво). Так сказать, придерживаться стратегии: из двух зол стоит выбирать меньшее. Действительно, в Европе произошел значительный рывок в потреблении пива — с 38,5 литра на душу населения ежегодно в 1970-м до 60,4 литра в 1990 году (приблизительно эта цифра сохраняется и в наши дни, хотя в отдельных странах вроде Чехии и Германии показатель почти в два раза выше).

— Безалкогольное пиво сейчас переживает расцвет во всем мире, — говорит маркетолог компании Netland Ярослав Кича. — Некоторые небольшие пивоварни, например, выпускают только такое пиво. С одной стороны, это связано с тем, что люди начинают все больше заботиться в своем здоровье, ходят в спортзал, ведут активный образ жизни, и пиво, не содержащее алкоголь, они могут выпить без каких-либо последствий для самочувствия. С другой стороны, появилась возможность делать вкусное безалкогольное пиво, которое практически не отличается от своих спиртосодержащих аналогов.

Для крупных компаний выпуск напитков без градусов тоже имеет свои преимущества. Во-первых, это расширение целевой аудитории. Те, кому запрещен алкоголь или кто его не любит, теперь могут прикоснуться к огромному миру пива. С другой стороны, в некоторых странах безалкогольное пиво не попадает под ограничения в рекламе, которые накладываются на алкогольные напитки, а значит, это возможность прорекламировать свою продукцию.

Считается, что алкогольные конфеты появились довольно давно — в начале XX века. Спиртные напитки по вкусу действительно хорошо сочетаются с шоколадом и в целом со сладкими изделиями. Насколько в таком решении присутствует маркетинговая составляющая? Конечно, для производителей это вариант расширения продуктовой линейки, работа над привлечением новой целевой аудитории — любителей сладкого с алкогольной начинкой или даже просто с ароматом алкогольных напитков. Кроме того, это может быть обратная ситуация, когда, например, для водочных и коньячных «королей» появляется возможность представить свою продукцию в новой форме, например, конфеты могут идти в узнаваемом брендинге — опять-таки мы говорим о дополнительном источнике продвижения крепких напитков.

Впрочем, самая большая проблема кроется вовсе не в том, какая разница существует между алкогольным или безалкогольным продуктом. Пугает, что она вовсе исчезает.

Нередки ситуации, когда родители позволяют детям пить безалкогольное пиво или вино с позицией: «Оно ведь все равно без спирта». А так называемое детское шампанское стало привычным атрибутом праздничного стола даже для дошколят. Формально вреда здоровью малышей оно не приносит, но четкая установка в детской головке зарождается: вырасту — буду пить по-взрослому. В этой связи медики бьют тревогу из-за непреднамеренного подталкивания детей их родителями к пагубным привычкам.

#### Тренд на перемену слагаемых

Погоня молодежи за здоровыми продуктами и товарами, которая с каждым днем сильнее подогревается новыми маркетинговыми стратегиями со стороны бизнеса, порой доходит до абсурда.

Так, в 2019 году в США наблюдался бум безглютеновой водки, которая неожиданно обошла по объемам продаж бессменного американского лидера Smirnoff. Молодые потребители слепо купились (а другого слова тут не подберешь) на эффектную рекламу тexasской водки Tito's, которая производится из кукурузы и, следовательно, не содержит глютена. Им уже не первый год пугают многие Анна Курак. Убрать градус

производители еды. Но ученые говорят: реального вреда для абсолютного большинства глютен не представляет.

Другой странный тренд задают алкогольные газированные коктейли без сахара — хальц-зельцеры. Эти напитки весьма популярны во многих странах ЕС и в США. Потребители следуют логике: раз там есть спирт, газировка обеспечивает более быстрое проникновение его в кровь, а сахара нет, то значит, для здоровья будет хоть какая-то польза.

В обоих случаях алкоголь остается алкоголем и его прямого воздействия на здоровье не отменить.

#### В ТЕМУ

Маркетинговое агентство Global Market Insights прогнозирует, что в ближайшие 15 лет продажи безалкогольного пива будут только расти. Причем бешеными темпами. А способствует этому даже не мода на ЗОЖ, а новые вызовы времени.

Так, в этом году коронавирус поставил под угрозу существование самой пивной культуры. Бары во время карантина во многих странах понесли огромные убытки. Крупнейшие музыкальные фестивали, которые невозможно представить без бокала пенного, отменили, в том числе и в Беларуси. В то же время произошел небывалый скачок онлайн-продаж и рост доставки еды. Они априори не предусматривают продажу алкоголя. Зато никто не запрещает курьеру привезти безалкогольное пиво или вино — практически все сервисы доставки продуктов на дом, существующие у нас, добавили их в перечень товаров и не прогадали. За рубежом уже начали выпускать джин и виски с нулевой крепостью.